

SKRIPSI

NOVY FRANCISCA

ANALISIS MOTIVASI DAN PERSEPSI KONSUMEN YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI TJWAN BO DI SURABAYA



No. INDUK	0806/01
TGL TERIMA	13 . 4 . 00
P. F. I. CI 4	
No. EUKU	FE-m Frg ad-1
P. P. KE	1 (Satu)

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2000

**ANALISIS MOTIVASI DAN PERSEPSI KONSUMEN YANG
MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN ROTI TJWAN BO
DI SURABAYA**

**SKRIPSI
diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen**

**OLEH:
Novy Francisca
3103096026**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

Februari 2000

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Analisis Motivasi dan Persepsi Konsumen yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Roti Tjwan Bo di Surabaya yang ditulis oleh Novy Francisca telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



Pembimbing Tunggal: Drs. Ec. Trisno Musanto



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Novy Francisca. NRP 3103096026

Telah disetujui pada tanggal 24 Februari 2000. Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji:



(Drs. Ec. Wasito Hermawan)

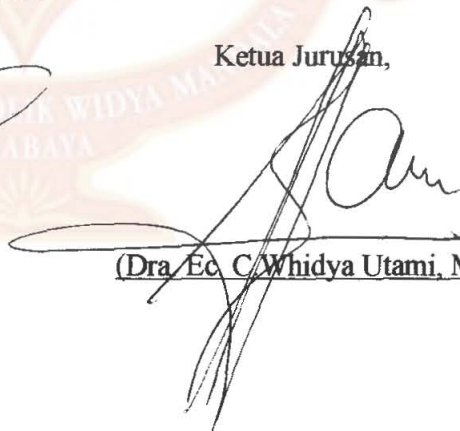
Mengetahui:

Dekan,



(Drs. Ec. Rido Tanago, MBA)

Ketua Jurusan,



(Dra. Ec. C. Whidya Utami, MM)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmatNya, sehingga penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Motivasi dan Persepsi Konsumen yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Roti Tjwan Bo di Surabaya” dapat diselesaikan dengan baik, yang merupakan salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Di dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak menemui berbagai kesulitan di mana hal tersebut disebabkan terbatasnya kemampuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun yang akan digunakan sebagai perbaikan skripsi ini.

Namun, berkat bantuan dari beberapa pihak, penulis dapat menyelesaikannya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan sejak awal hingga tersusunnya skripsi ini kepada:

1. Bapak Drs. Ec. Trisno Musanto selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan memberi pengarahan kepada penulis dengan penuh kesabaran untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ec. Rido Tanago, MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

3. Bapak Drs. Ec. M. Sairozi, MM selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dra. Ec. Christina Widya Utami, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan ijin dan pengarahan untuk penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan bagi penulis.
6. Seluruh staf perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membantu penulis dalam meminjamkan literature yang dibutuhkan penulis.
7. Seluruh staf Tata Usaha Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
8. Ibu In Iswarini sebagai pemilik UD Sumber Inti Rasa (roti Tjwan Bo) yang telah banyak membantu penulis dalam mengadakan penelitian.
9. Pihak keluarga yang telah memberikan dorongan, baik moril maupun materiil, serta semangat yang tidak ternilai sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
10. Rekan-rekan dan semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Kiranya Tuhan membalas budi kebaikan Bapak, Ibu serta saudara sekalian.

Akhirnya, penulis berharap semoga hasil pemikiran yang tertuang dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak UD Sumber Inti Rasa serta pembaca.

Surabaya, Februari 2000

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
BAB 1 : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Sistematika Skripsi.....	5
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan teori.....	8
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.2.2. Perilaku Konsumen.....	9
2.2.3. Pengertian Motivasi.....	12
2.2.4. Pengertian Persepsi.....	17
2.2.5. Pengambilan Keputusan Pembelian.....	22

2.3. Hipotesis.....	27
2.4. Model Analisis.....	27
BAB 3 : METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Desain Penelitian.....	29
3.2. Identifikasi Variabel.....	29
3.3. Definisi Operasional.....	29
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	31
3.5. Pengukuran Data.....	32
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	33
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.8. Teknik Pengambilan Data.....	34
3.9. Teknik Analisis Data.....	34
3.10. Prosedur Pengujian Hipotesis.....	39
BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	41
4.2. Deskripsi Data.....	46
4.3. Analisis Data.....	48
4.4. Pembahasan.....	50
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1. Simpulan.....	56
5.2. Saran.....	58
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	59
DAFTAR LAMPIRAN.....	60

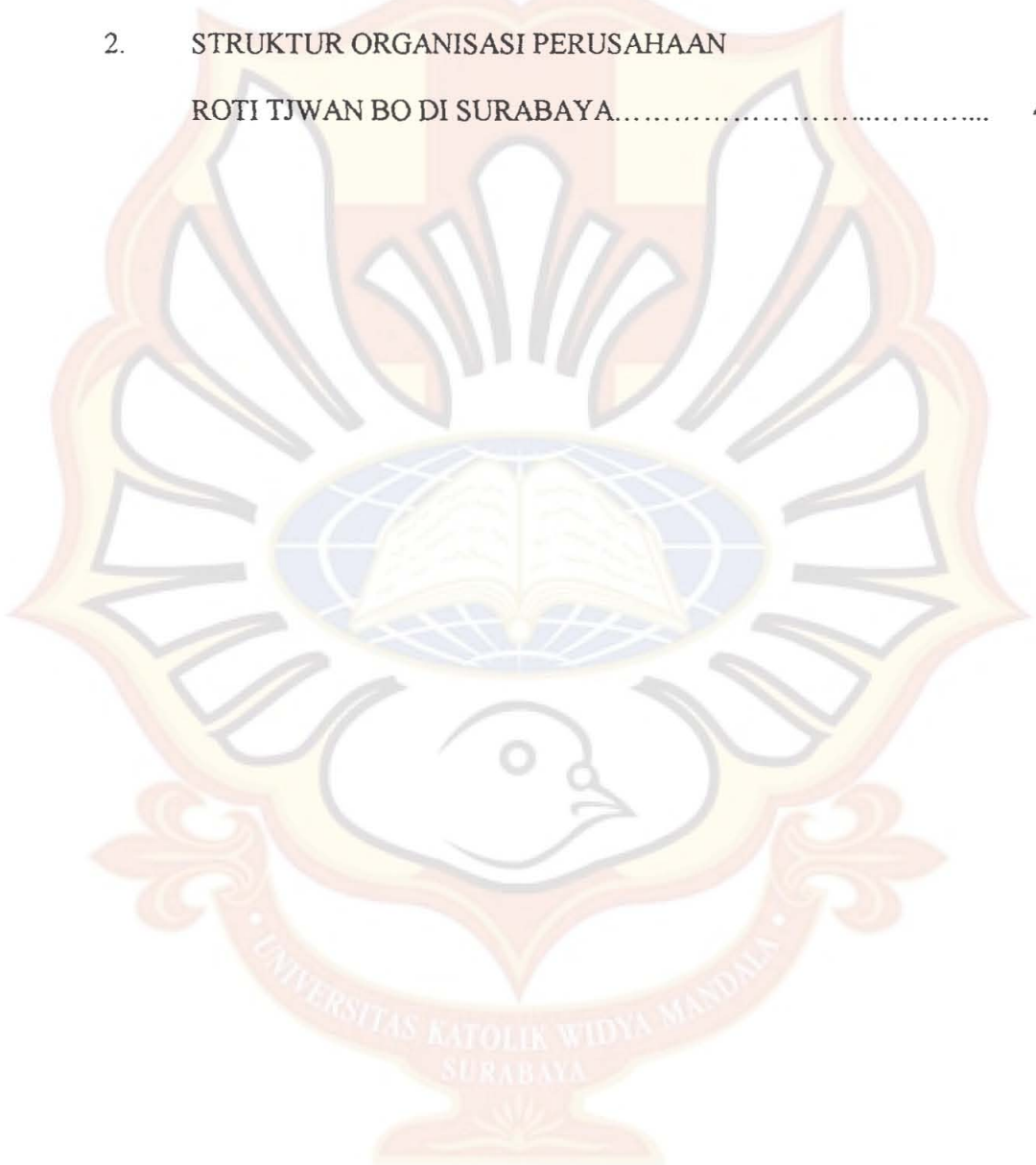
DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. DATA PENJUALAN ROTI TJWAN BO PER TAHUN.....	2
2. DATA RESPONDEN.....	46
(KUISIONER BAGIAN I)	



DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1.	PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	26
2.	STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN ROTI TJWAN BO DI SURABAYA.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. KUISIONER.....	60
2. DATA HASIL KUISIONER BAGIAN I.....	64
3. PENGOLAHAN DATA HASIL PENDAPAT RESPONDEN (KUISIONER BAGIAN II: PERSEPSI KONSUMEN).....	68
4. PENGOLAHAN DATA HASIL PENDAPAT RESPONDEN (MOTIVASI KONSUMEN DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI TJWAN BO DI SURABAYA).....	71
5. TAMPILAN DATA YANG AKAN DIOLAH SPSS 9.0.....	73
6. TAMPILAN HASIL PERHITUNGAN REGRESI SPSS 9.0.....	77
7. TAMPILAN HASIL PERHITUNGAN KORELASI PARSIAL SPSS 9.0.....	78
8. TABEL HARGA-HARGA : t_{α}	79
9. TABEL NILAI KRITIS DISTRIBUSI F (LANJUTAN).....	80

ABSTRAKSI

Adanya persaingan yang semakin ketat di bidang industri makanan (roti) dewasa ini sehingga dalam melaksanakan kegiatan usahanya perusahaan roti Tjwan Bo di Surabaya menghadapi suatu masalah yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu mengakibatkan menurunnya penjualan dan laba perusahaan juga menurun. Adapun masalah tersebut berkaitan dengan perilaku konsumen yaitu motivasi dan persepsi konsumen yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian roti Tjwan Bo di Surabaya. Obyek penelitian ini adalah konsumen roti Tjwan Bo di Surabaya (orang yang sudah pernah membeli roti Tjwan Bo lebih dari satu kali).

Berdasarkan masalah di atas timbullah dua hipotesis, yaitu diduga motivasi dan persepsi konsumen secara bersama-sama mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian roti Tjwan Bo di Surabaya dan diduga bahwa persepsi konsumen mempunyai pengaruh yang lebih dominan terhadap pengambilan keputusan pembelian roti Tjwan Bo di Surabaya daripada pengaruh motivasi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian roti Tjwan Bo di Surabaya. Kedua hipotesis tersebut diuji dengan menggunakan uji F dan uji t untuk membuktikan kebenarannya.

Hipotesis pertama menggunakan uji F yang berguna untuk mengetahui apakah motivasi dan persepsi konsumen secara bersama-sama mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian roti Tjwan Bo di Surabaya. Berdasarkan hasil print out program komputer SPSS 9.0 diperoleh F_{hitung} sebesar 34,799 > F_{tabel} sebesar 3,15. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi, motivasi dan persepsi konsumen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan pembelian roti Tjwan Bo di Surabaya.

Hipotesis kedua menggunakan koefisien korelasi parsial, yang berguna untuk mengetahui antara motivasi dan persepsi konsumen mana yang memberikan pengaruh lebih dominan terhadap pengambilan keputusan pembelian roti Tjwan Bo di Surabaya. Berdasarkan hasil print out program komputer SPSS 9.0 yang diperoleh menunjukkan bahwa motivasi konsumen memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian roti Tjwan Bo di Surabaya sebesar 5,55% dan persepsi konsumen memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian roti Tjwan Bo di Surabaya sebesar 21,02%. Jadi dengan demikian persepsi konsumen memiliki pengaruh lebih dominan terhadap pengambilan keputusan pembelian roti Tjwan Bo di Surabaya daripada pengaruh motivasi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian roti Tjwan Bo di Surabaya.

Jadi, kesimpulannya kedua hipotesis di atas adalah benar dan dapat diterima, karena motivasi dan persepsi konsumen bersama-sama mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian roti Tjwan Bo di Surabaya dan persepsi konsumen mempunyai pengaruh lebih dominan terhadap pengambilan keputusan pembelian roti Tjwan Bo di Surabaya daripada pengaruh motivasi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian roti Tjwan Bo di Surabaya.